

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Pemikiran	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2 Internet Sebagai <i>New Media</i>	19
2.3 Pemasaran Internet	30
2.4 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> Sebagai Dasar Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran.....	35
2.5 Konsep Sentral Dalam IMC	36
2.6 Perencanaan Komunikasi Pemasaran	39
2.7 Mengembangkan Komunikasi Pemasaran yang Efektif.....	45
2.8 Elemen-Elemen Promosi	49
2.9 Evaluasi Program Promosi	64
2.10 Anggaran Promosi	66

	2.10 Penelitian Terdahulu.....	67
BAB III	METODE PENELITIAN	70
	3.1 Jenis Penelitian	70
	3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	70
	3.3 Subyek dan Obyek Penelitian.....	70
	3.4 Sumber Data	71
	3.5 Teknik Pengumpulan Data	71
	3.6 Uji Validitas/Triangulasi Data.....	73
	3.7 Teknik Analisis Data	74
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	76
	4.1 Profil Elsbeauty	76
	4.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Elsbeauty dalam Meningkatkan Penjualan (Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Online</i>).....	77
	4.3 Perencanaan Promosi Elsbeauty	92
	4.4 Pembahasan	109
BAB V	PENUTUP	116
	5.1 Kesimpulan	116
	5.2 Saran	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kondisi Toko Kosmetik di Yogyakarta	4
Tabel 2.1 Keuntungan dan Kerugian Pemasaran Langsung	61
Tabel 2.2 Bauran Promosi.....	62
Tabel 4.1 Program Promosi Elsbeauty 2016.....	96
Tabel 4.2 Detail Program Promosi Elsbeauty 2016.....	97
Tabel 4.3 Penjualan Bersih Elsbeauty 2016	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Teori Dependensi.....	26
Gambar 2.2 Proses Perencanaan dan Aplikasi Marketing.....	40
Gambar 2.3 Bauran Promosi.....	52
Gambar 3.1 Analisis Data Model Miles and Hubberman.....	75
Gambar 4.1 Toko Elsbeauty.....	76
Gambar 4.2 Tampilan Toko Elsbeauty.....	77
Gambar 4.3 Line Elsbeauty.....	78
Gambar 4.4 Pola Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Online</i> Elsbeauty.....	79
Gambar 4.5 Iklan IGS Elsbeauty.....	80
Gambar 4.6 Endorse Artis Produk Elsbeauty.....	82
Gambar 4.7 Foto Wawancara Peneliti dengan Pemilik Elsbeauty.....	83
Gambar 4.8 Promosi Elsbeauty Melalui Event Lomba Foto.....	84
Gambar 4.9 Program Promosi Penjualan Elsbeauty.....	85
Gambar 4.10 Karyawati Elsbeauty.....	89
Gambar 4.11 Kerjasama dengan Gojek.....	92
Gambar 4.12 Analisis SWOT Elsbeauty.....	93
Gambar 4.13 Pembeli yang Diwawancarai.....	103
Gambar 4.14 Pembeli <i>Online</i> Yang Diwawancarai.....	106